

---

# El comercio de servicios en Andalucía: una aproximación

Miguel GONZÁLEZ ROMERO  
José Antonio CAMACHO BALLESTA  
Mercedes RODRÍGUEZ MOLINA

## 1. Introducción

El comercio de servicios se ha incrementado en los últimos años, impulsado en parte por la globalización de la industria. No obstante, este hecho no se ha producido de modo aislado en el sector, sino que a dicho aumento han contribuido de modo conjunto tanto las grandes empresas industriales como las de servicios, presionando a los agentes suministradores de servicios, para que éstos sean proporcionados a través de la exportación y/o mediante el establecimiento de presencia comercial en mercados extranjeros.

Otro papel esencial en este desarrollo lo han jugado los avances tecnológicos, que han facilitado a las empresas proveedoras de servicios la posibilidad de relacionarse con sus clientes en términos menos costosos, tanto desde el punto de vista temporal como monetario. Del mismo modo, el desarrollo de una gran variedad de productos “orientados hacia los servicios”, como son el software y las bases de datos interactivas, también ha sido básico a la hora de transmitir y distribuir conocimiento almacenable de un modo efectivo, hoy en día tan necesario para el desarrollo de lo que conocemos como Nueva Economía.

En definitiva, parece claro que el proceso de terciarización sigue su ritmo, incrementándose si cabe cada vez más, y que en esta expansión el comercio, como elemento clave de interrelación, es un motor básico. El comercio de y a través de servicios parece ser una de las claves del crecimiento económico en los países avanzados, y es por ello que España, y en concreto

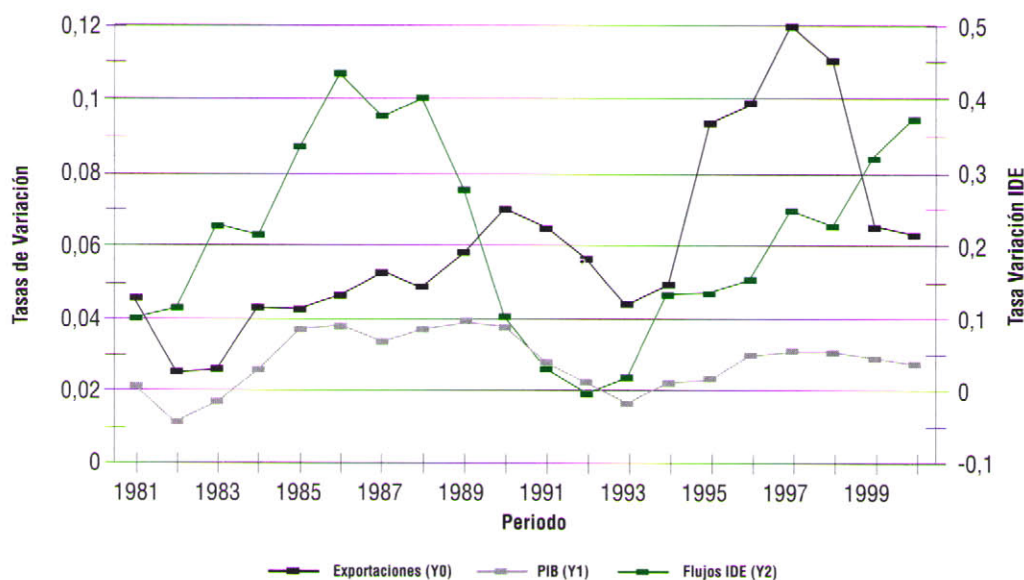
Andalucía, han de saber adaptarse de modo adecuado a las nuevas tendencias.

A lo largo de este artículo vamos a analizar el papel de los servicios en el comercio, comenzando en primer lugar con una perspectiva internacional y nacional, para más tarde descender al nivel de Andalucía. Así, en un primer epígrafe estableceremos los principales rasgos característicos del comercio de servicios. A continuación nos ocuparemos del análisis de la evolución experimentada por el comercio y la inversión directa en el ámbito de los servicios, así como de las principales trabas al comercio de actividades relativas al sector terciario, en el escenario internacional. En un cuarto epígrafe se hará referencia al futuro que se vislumbra para el intercambio comercial de servicios. Por último, trataremos de evaluar la repercusión de todos estos fenómenos en el entorno de Andalucía, con una aproximación a la importancia de los servicios en la relaciones comerciales tanto con el resto de España como con el resto del mundo.

## 2. Comercio de servicios: principales rasgos diferenciales

El proceso de globalización que tiene lugar en la actualidad ha traído consigo profundos cambios en el ámbito de la economía mundial y, en especial, del comercio internacional, como sucesor del período 1944-1973 o

Gráfico 1. DINÁMICA DE LA GLOBALIZACIÓN OCDE: MEDIAS MÓVILES DE TASAS CRECIMIENTO.



“edad de oro del capitalismo”. (Hobsbawn, 1995, p.19). La globalización ha creado oportunidades que no hubieran sido tan siquiera vislumbradas años atrás, tanto para personas como para países, contribuyendo a que el comercio internacional y los flujos de inversión se hayan incrementado más rápidamente que el PIB mundial en las dos últimas décadas (Gráfico 1), aunque se haga necesario destacar la clara adaptación al ciclo económico de los países desarrollados, tanto desde el punto de vista de las exportaciones como de las inversiones directas en el exterior.

La mayoría de los expertos (sobre todo, en el entorno FMI y OCDE) sostienen que este rápido incremento en las transacciones internacionales se ha traducido en un aumento tanto de la eficiencia como del crecimiento, dado que los países tienden a especializarse en la producción de bienes en los que tienen algún tipo de ventaja comparativa, competitiva o de proximidad al mercado. Sin embargo, otros autores y organismos (Rodrik, World Bank, UNCTAD) apuntan una visión en la que la luz pierde intensidad, apareciendo sombras y perdedores en esta dinámica actual de la economía.

Paralelamente, y como ya es de sobra conocido, los servicios dominan en la actualidad las economías desarrolladas, y probablemente dichas actividades serán aún más importantes en un futuro, si atendemos a la relación entre PIBpc y grado de terciarización (Gemmel, 1982 y Del Rio, 1987, 2000), dada su mayor elasti-

dad renta y también debido a su mayor integración en el sistema productivo (Camacho et al. 2001).

A partir de estas tendencias, surge ineludiblemente una cuestión: el papel que juegan los servicios en la globalización. En otros términos, podemos considerar que la globalización se produce o bien tan sólo en los mercados de bienes y en el ámbito financiero, desde la liberalización de los movimientos de capitales en la última década, o por el contrario, que las actividades terciarias están igualmente inmersas en dicha dinámica.

Lógicamente las actividades de servicios, dada su caracterización (Camacho 1999), tienen una serie de limitaciones comerciales inherentes, pero paralelamente ha existido una falta de atención hacia los obstáculos que aún dificultan su comercio internacional, lo que ha disminuido su contribución potencial, ya que el incremento del comercio y la inversión en servicios son importantes vehículos para el crecimiento y la competitividad del conjunto de la economía.

El potencial en esta área es grande, y los avances tecnológicos están incrementando la comerciabilidad de los servicios, sobre todo los relacionados con las NTIC (Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones). Por otro lado, la liberalización de los mercados proporciona un ambiente propicio a la competencia internacional. En este sentido el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS) constituye un sistema reglamentario que

los gobiernos pueden emplear para fortalecer y liberalizar el comercio de servicios, aunque todavía queda mucho por hacer hasta lograr el nivel alcanzado en los bienes a través del GATT durante los últimos 50 años. Al contrario de lo que ocurre con el comercio de bienes, que se mide en términos de transacciones transfronterizas, el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (GATS) distingue cuatro **modalidades de comercio de servicios**<sup>1</sup>, que amplían sustancialmente el concepto tradicional de comercio, al incluir tanto transacciones realizadas por filiales extranjeras como transacciones realizadas por individuos que se han trasladado de modo temporal a un país extranjero para llevar a cabo una actividad de servicios o viceversa, como consumidores que viajan a un país extranjero para realizar una transacción:

*Modalidad 1. OFERTA TRANSFRONTERIZA:* son aquellos servicios ofrecidos desde el territorio de una parte al territorio de otra (similar al comercio de mercancías).

*Modalidad 2. CONSUMO EXTRANJERO:* son servicios ofertados en el territorio de una parte a los consumidores de otra (turismo).

*Modalidad 3. PRESENCIA COMERCIAL:* servicios provistos a través de la presencia de entidades proveedoras de servicios de una parte en el territorio de otra (servicios bancarios).

*Modalidad 4. PRESENCIA DE PERSONAS FÍSICAS:* son servicios provistos por nacionales de una parte en el territorio de alguna otra (proyectos de construcción o consultoría).

Por lo que se refiere a la inversión directa extranjera, el volumen total de IDE en servicios en la OCDE es significativamente superior a la IDE en industria. Sin embargo, es sólo a partir de la pasada década cuando el volumen total de flujos IDE en servicios sobrepasa el de la industria, de modo que los stocks provenientes de IDE en servicios son en la mayoría de los países relativamente bajos comparados con los de la industria. Además, en algunos servicios como la sanidad o los servicios sociales y personales, la competencia internacional juega un papel minoritario, por lo que tanto el comercio como la IDE están bastante limitados.

Podemos señalar varios **factores** que inciden de modo especial en el crecimiento de la inversión y el comercio de servicios:

- La dificultad de transporte y almacenamiento de servicios.
- El alto nivel de interacción persona-persona que es común en muchos servicios y que hace imprescindible una presencia local.
- Muchos proveedores de servicios son pequeñas empresas, por lo que están menos globalizadas y menos dispuestas que las grandes industrias o empresas agrícolas a exportar un elevado volumen de productos homogéneos.
- Las barreras culturales y la diferenciación de productos, que limitan la demanda de servicios importados.
- Las barreras comerciales.
- Las restricciones operativas y de establecimiento en el ámbito local.

Los beneficios derivados de la expansión del comercio internacional de servicios son evidentes: para los consumidores, implica una posibilidad de elección más amplia, pero los efectos positivos son mayores aún para las empresas, pues tienen un mejor acceso a la innovación, el conocimiento y las nuevas tecnologías.

### 3. Perspectiva general del comercio y la inversión directa en servicios

Desde una perspectiva sectorial la dinámica comercial ha sido claramente diferenciada (Cuadro 1), mientras que las mercancías mantienen desde mediados de los setenta hasta la actualidad tasas de crecimiento similares, entre el 7 y el 8 por 100, los servicios han oscilado desde el 10,8 por 100 entre 1985 y 1993 al 4,6 por 100 desde esa última fecha a la actualidad. De lo que anterior se deriva un efecto de los Acuerdos del GATT en la Ronda Uruguay, más positivo para las mercancías que para los servicios. En este sentido la importancia relativa de los servicios en la composición del comercio realiza un viaje de ida (1985-93) y vuelta (1993-99).

1. WORLD TRADE ORGANISATION (WTO) (1999) *A Summary of the Final Act of the Uruguay Round*, [http://www.wto.org/wto/legal/ursum\\_wp.htm](http://www.wto.org/wto/legal/ursum_wp.htm).

Cuadro 1 a. **ALGUNOS INDICADORES DE LA IDE Y LA PRODUCCIÓN INTERNACIONAL (1982-1999).**  
(en miles de millones de dólares y porcentajes)

TOTAL MUNDIAL	Valor a precios corrientes (En miles de millones de dólares)			Tasa de crecimiento anual (En porcentajes)		
	1982	1990	1999	1982/90	1990/99	1982/99
Concepto / Periodo						
Entradas de IDE	58	209	865	16,02	15,78	15,90
Salidas de IDE	37	245	800	23,63	13,15	18,08
Stock acum. de entradas de IDE	594	1.761	4.772	13,58	11,08	12,26
Stock acum. de salidas de IDE	567	1.716	4.759	13,84	11,33	12,51
PIB al coste de los factores	10.611	21.473	30.061	8,81	3,74	6,13
Formación bruta de capital fijo	2.231	4.686	6.058	9,28	2,85	5,88
Exportaciones bienes y servicios	2.041	4.173	6.892	8,94	5,57	7,16
Población	4.423	5.292	5.968	2,24	1,34	1,76
PIB per cápita	2,40	4,06	5,04	6,57	2,40	4,36

Cuadro 1 b. (AREA OCDE).

OCDE	Valor a precios corrientes (En miles de millones de dólares)			Tasas de crecimiento interanuales		
	1982	1990	1999	1982/90	1990/99	1982/99
Concepto / Periodo						
Entradas de IDE	31	177	684	21,78	15,02	18,20
Salidas de IDE	29	231	768	25,94	13,35	19,27
Stock acum. De entradas de IDE	327	1.234	2.709	16,60	8,74	12,44
Stock acum. De salidas de IDE	438	1.528	3.552	15,62	9,37	12,31
PIB al coste de los factores	8.837	15.505	23.783	7,03	4,75	5,82
Formación bruta de capital fijo	2.154	3.719	5.083	6,83	3,47	5,05
Exportaciones bienes y servicios	1.874	2.936	5.375	5,61	6,72	6,20
Población	962	1.021	1.092	0,74	0,75	0,75
PIB per cápita	9,19	15,19	21,78	6,28	4,01	5,08

Cuadro 1 c. (NO OCDE).

No OCDE	Valor a precios corrientes (En miles de millones de dólares)			Tasas de crecimiento interanuales		
	1982	1990	1999	1982/90	1990/99	1982/99
Concepto / Periodo						
Entradas de IDE	27	32	181	2,12	19,25	11,19
Salidas de IDE	8	14	32	7,00	9,19	8,15
Stock acum. de entradas de IDE	267	527	2.063	8,50	15,16	12,03
Stock acum. de salidas de IDE	129	188	1.207	4,71	20,66	13,15
PIB al coste de los factores	1774	5.968	6.278	15,16	0,56	7,43
Formación bruta de capital fijo	416	967	975	10,54	0,09	5,01
Exportaciones bienes y servicios	167	1.237	1.517	25,03	2,27	12,98
Población	3461	4.271	4.876	2,63	1,47	2,02
PIB per cápita	0,51	1,40	1,29	12,54	-0,91	5,42

Fuente: UNCTAD y OCDE.

Internamente, la composición comercial de las actividades terciarias sí muestra tendencias claras. En primer lugar, el turismo va ganando posiciones conforme avanza-

mos en el tiempo, de tal forma que los ajustes en precios se han traducido en una intensificación del comercio internacional del turismo. En segundo lugar y por el contrario,

la intensificación de la competencia en el transporte que ha tenido lugar desde mediados de los ochenta se ha traducido, principalmente, en una reducción importante en los costes, con un aumento de volumen más moderado. Por último, en el grupo de actividades bajo la denominación de "otros servicios" hay que resaltar la dinamicidad de los servicios avanzados a las empresas, los servicios de consultoría e ingeniería, así como los servicios financieros.

En general, los servicios registran una tasa de crecimiento superior a la del comercio en su totalidad, aunque internamente siguen direcciones opuestas, dada su heterogeneidad y grado de comerciabilidad. En concreto, los transportes y los servicios públicos crecen a menor ritmo que el conjunto, mientras que el turismo, los servicios financieros, los servicios a empresas y otros servicios han aumentado progresivamente sus cuotas de participación en el comercio mundial. El comercio de otros servicios comerciales aumentó tan solo a ritmo medio, siendo el principal factor explicativo de esta tendencia el descenso de los servicios a la construcción, así como la notable desaceleración del crecimiento de los cánones y derechos de licencia.

La otra cara de la globalización sectorial la muestran los flujos de inversión directa en el exterior, así como los niveles de stocks que de ellos se derivan. La limitación más relevante a escala mundial es la disponibilidad de información sectorializada, en la que efectiva-

mente se pueda analizar el papel de las actividades terciarias en dichas variables. Por ello estos comentarios se limitan al ámbito OCDE, que, por otra parte, representaba en 1999 el 96 por 100 de las salidas IDE y el 75 por 100 del stock acumulado de las salidas IDE. En las economías avanzadas se detecta de forma generalizada la terciarización de los flujos desde 1984 a 1998, en detrimento de las actividades tanto agrícolas como industriales, por lo cual la variación en los stocks de inversión directa extranjera ha jugado a favor de los servicios (Cuadro 2). Desde la perspectiva de la inversión directa en el exterior, el único país no terciarizado en 1998 es el Reino Unido, debido a la importancia de las inversiones agrícolas, lo que hay que relacionar con sus vínculos comerciales como metrópoli; no obstante, hay que resaltar que el impulso a la inversión en actividades terciarias ha pasado de representar el 34,8 al 48,3 por 100 del stock de inversión directa en el exterior. En el análisis de los flujos de capital recibidos, lógicamente la tendencia es la misma, tan sólo destaca el caso de Japón, que muestra un nivel inferior al esperado, aunque la evolución en el periodo es igualmente significativa pasando del 26,4 por 100 al 44,8 por 100. En resumen, estos hechos ponen de manifiesto la importancia de los flujos de capitales hacia las actividades terciarias, que en todos los casos ha supuesto un avance de los servicios, en unos casos como alternativa al comercio y en otros como complemento del mismo.

Cuadro 2. ESTRUCTURA SECTORIAL DEL STOCKS DE INVERSIÓN DIRECTA EXTERIOR. (% de participación)

**A) Inversiones directas en el exterior**

1984	1998			1984	1998		
	Primario	Secundario	Terciario		Primario	Secundario	Terciario
Francia (*)	5,8%	44,1%	50,0%	5,5%	35,9%	58,6%	
Alemania	4,1%	63,8%	32,2%	1,0%	33,9%	65,1%	
Italia	19,1%	33,6%	47,4%	8,2%	31,5%	60,3%	
Japón	19,1%	31,1%	49,8%	n.d.	29,8%	70,2%	
Reino Unido	33,3%	31,8%	34,8%	16,6%	35,1%	48,3%	
Estados Unidos	30,1%	40,6%	29,3%	7,0%	29,9%	63,1%	

**B) Inversiones directas del exterior**

1984	1998			1984	1998		
	Primario	Secundario	Terciario		Primario	Secundario	Terciario
Francia (*)	6,6%	38,4%	55,0%	0,5%	41,2%	58,3%	
Alemania	0,2%	53,4%	46,4%	0,3%	18,6%	81,1%	
Italia	5,5%	56,2%	38,3%	2,3%	37,4%	60,3%	
Japón	n.d.	73,6%	26,4%	n.d.	55,2%	44,8%	
Reino Unido	33,9%	40,8%	25,3%	8,9%	34,3%	56,9%	
Estados Unidos	18,5%	31,5%	50,0%	1,8%	44,0%	54,1%	

Fuente: OCDE.

\* Francia datos iniciales de 1989.

## 4. Las barreras al comercio de servicios

El crecimiento del comercio internacional de servicios se ha visto limitado por barreras que restringen el movimiento o la actuación tanto de empresas como de individuos, así como las transacciones transfronterizas. Dichas barreras se muestran en el Esquema 1 en el que podemos observar cómo los obstáculos al comercio internacional de servicios son numerosos y variados, por lo que reducir las barreras comerciales en los servicios es mucho más complejo que en la industria, ya que las condiciones reguladoras suelen ser específicas para cada servicio, lo que hace difícil llevar a cabo acciones de tipo transfronterizo.

Las **principales características del acuerdo GATS** alcanzado durante la Ronda Uruguay son:

- Abarca a la mayoría de los servicios, excepto aquellos provistos en el ejercicio de la autoridad gubernamental.
- Establece un principio de no discriminación a favor de los proveedores nacionales (principio de trato nacional).
- Establece el principio de no discriminación entre miembros del acuerdo (principio de nación más favorecida).

Aunque, tal y como se puso de manifiesto en dicho foro, todavía queda mucho que hacer para fortalecer la efectividad del sistema GATS, existen seis **áreas han recibido una especial atención** desde que se produjo este acuerdo:

- *Movimiento de personas físicas*: los últimos trabajos realizados en 1995 han tenido modestos resultados.
- *Transporte marítimo*: las negociaciones han sido suspendidas.
- *Servicios financieros*: se produjeron nuevos acuerdos en Diciembre de 1997 y las nuevas estipulaciones entraron en vigor el 1 de Marzo de 1999. Estos nuevos acuerdos, liberalizan las condiciones bajo las que los proveedores extranjeros de servicios financieros pueden establecerse en otros países.

- *Telecomunicaciones básicas*: se alcanzaron nuevos acuerdos en Febrero del 97; y las nuevas estipulaciones entraron en vigor el 5 de Febrero de 1998.
- *Servicios profesionales*: las líneas básicas para la contabilización de las cualificaciones en el sector se adoptaron en mayo de 1997; y las disciplinas sobre la regulación doméstica para la contabilización del sector se adoptaron en diciembre de 1998.

No obstante, uno de los mayores obstáculos al comercio de servicios lo constituyen en la actualidad los denominados test de necesidad económica (TNE), que, aunque han sido elaborados en todas las modalidades de comercio de servicios, son en las modalidades 3 (presencia comercial) y 4 (movimiento de personas físicas) donde aparecen de modo predominante. La oferta de servicios mediante la modalidad 4 se define en el contexto del GATS como “la oferta de un servicio por un oferente de un Miembro, a través de la presencia de personas físicas de un Miembro en el territorio de cualquier otro Miembro”<sup>2</sup>. El Anexo sobre el Movimiento de Personas Físicas añade algunas precisiones al acuerdo, especificando que el modo 4 de prestación de servicios hace referencia a personas físicas que llevan a cabo una *entrada no permanente* en el país anfitrión, no un acceso permanente al mercado de trabajo de dicho país, siendo los países miembros libres de determinar la duración de dicha estancia temporal.<sup>3</sup> La oferta de servicios según la modalidad 3 hace referencia al establecimiento de una presencia comercial por parte de un Miembro en el territorio de otro Miembro con el fin de llevar a cabo una provisión de servicios.

Un TNE puede caracterizarse como una estipulación en la regulación, la legislación o las leyes administrativas de un país, imponiendo un test que tiene el efecto de restringir la entrada de oferentes de servicios basándose en la evaluación de las “necesidades” del mercado doméstico. Estas medidas pueden restringir el acceso al mercado por parte de proveedores tanto extranjeros como nacionales o sólo a los extranjeros, basándose en el nivel de oferta existente, por lo que su modificación, o incluso completa eliminación, es un desafío aún existente para la consecución de una verdadera liberalización.

2. GATS, Artículo 1(2)(d)

3. WTO (1995) *General Agreement on Trade in Services, The Results of the Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations, the Legal Texts*, the Annex on Movement on Natural Persons.

## Esquema 1.

### RESTRICCIONES A LA ENTRADA EN LOS MERCADOS, INCLUSO VIA INVERSIÓN.

- Prohibiciones y cuotas impuestas a empresas de servicios extranjeras y/o proveedores que entran en un mercado.
- Prohibición de suministro para empresas extranjeras, por ej. ; publicidad, contabilidad, consultoría.
- Oferta de servicios reservada exclusivamente a proveedores domésticos: transporte interno de mercancías o correo, servicios de telefonía.
- Oferta de servicios reservada exclusivamente para residentes: educación, servicios legales, seguros, construcción.
- Provisión de servicios públicos reservada a proveedores domésticos.
- Prohibición de realización de transacciones transfronterizas electrónicas y de transmisión de datos.
- Exigencia de que las transacciones transfronterizas sean realizadas por redes autorizadas o monopolísticas.
- Limitaciones cuantitativas a la cantidad de inversión extranjera permitida en un sector y/o al establecimiento de presencia local o inversión en empresas locales ya establecidas.
- Limitaciones cuantitativas sobre el número de empresas y/o personal extranjero permitido en un sector, y el número de personal propio que una empresa extranjera puede contratar.
- Limitaciones cuantitativas en los servicios de transporte aéreo y marítimo: por ej. , sobre el número de pasajeros o volumen de carga, derechos de aterrizaje y atraque.
- Cuotas sobre anuncios, programas de televisión y películas extranjeras.
- Incremento del capital mínimo requerido en las empresas de servicios extranjeras.
- Restricciones acerca de la forma legal de las empresas de servicios extranjeras.
- Condiciones sobre las inversiones subsiguientes.
- Condiciones sobre la localización de la inversión.
- Impuestos de admisión para proveedores y empresas de servicios extranjeras.
- No reconocimiento de cualificaciones otorgadas por centros extranjeros o requerimientos más estrictos para los proveedores extranjeros que para los domésticos.

### RESTRICCIONES ADICIONALES SOBRE LA PROPIEDAD Y EL CONTROL

- Joint-ventures obligatorias con inversores domésticos, compañías ya establecidas o el gobierno.
- Limitaciones sobre el número de miembro extranjeros en el consejo de dirección o nombramiento de miembros por parte del gobierno.
- Requerimiento de la aprobación gubernamental para ciertas decisiones comerciales.
- Restricciones sobre los derechos de los accionistas extranjeros.
- Transferencia obligatoria de la propiedad a locales en un período de tiempo determinado.

### RESTRICCIONES OPERATIVAS

- Restricciones de actuación o de contenido local: por ej. , exportación mínima, contratación de locales mínima, uso obligado de tecnología o bienes de equipo locales.
- Restricciones al logro de permisos o licencias.
- Límite sobre los royalties.
- Restricciones sobre la repatriación de capitales y beneficios.
- Establecimiento de precios máximos, mínimos o uniformes, sin tener en cuenta la eficiencia relativa de los proveedores domésticos.
- Favorecimiento de los proveedores domésticos en lo que respecta al acceso a los canales de distribución: por ej. , en telecomunicaciones, servicios de transportes, canales de marketing.

Fuente: UNCTAD, 1996: OCDE 2000, "Assessing Barriers to trade in Services".

## 5. Nuevas tendencias en el comercio de servicios

Los servicios han sido considerados tradicionalmente como no comercializables, debido a sus características

específicas, como son las dificultades de almacenamiento y transporte, y a la necesidad de interacción directa para con los consumidores. Sin embargo, en la actualidad, los servicios son más comercializables que en el pasado y están más expuestos a la competencia internacional.

Este incremento del comercio surge en parte debido a que cada vez más empresas organizan su actividad a escala internacional. El comercio es mayor en áreas como el software, los servicios financieros, el telemarketing, los transportes y la contabilidad, donde la competencia internacional es superior. También es probable que el creciente uso de las TIC afecte al comercio de servicios, sobre todo al comercio al por menor, los viajes y las telecomunicaciones, y que contribuya a hacerlos más comercializables, y, por consiguiente, más expuestos a la competencia internacional.

Otro importante componente del comercio internacional de servicios es la IDE, que ha crecido en volumen mucho más para los servicios que para las manufacturas. El comercio al por menor, la banca, los servicios a empresas y las telecomunicaciones, y, en menor medida, los hoteles y restaurantes, realizan importantes contribuciones a la IDE en servicios.

De modo general, podemos diferenciar dos grandes grupos de factores que condicionan la evolución futura del comercio de servicios: factores relacionados con la oferta y factores relacionados con la demanda:

#### a. Factores relacionados con la oferta.

Dentro de este grupo nos vamos a centrar en dos aspectos de especial relevancia para el sector terciario, como son la modificación de las condiciones competitivas y la influencia de las nuevas tecnologías, en especial el comercio electrónico.

Por lo que se refiere a las condiciones competitivas, el sector servicios abarca a la mayor parte de las pequeñas y medianas empresas a nivel mundial, y mientras que un determinado número de ramas están fuertemente reguladas, existen otras en las que las barreras de entrada y a la competencia son prácticamente inexistentes. Aunque la internacionalización se ha hecho más importante en sectores como las telecomunicaciones y los transportes, las competencias doméstica continúa siendo el principal motor del cambio en muchos servicios, y las restricciones reguladoras son la principal barrera a la hora de ampliar la competencia (Blondal y Pilat, 1997).

Las regulaciones inadecuadas pueden imponer costes sustanciales e ineficiencias a las empresas, a los sectores y a la economía en general. Existe una evidencia creciente de que en ausencia de competencia, las em-

presas tienen pocos incentivos para innovar, y están menos dispuestas a adaptar la calidad de bienes y servicios a las demandas cambiantes de los consumidores. En definitiva, la regulación inapropiada puede resultar en una menor productividad, mayores costes y precios, asignación ineficiente de los recursos, falta de innovación y escasa calidad del servicio. El carácter heterogéneo de las distintas economías nacionales, por ejemplo en lo que concierne al nivel de renta o a la especialización industrial es un factor, pero también son importantes los sistemas políticos vigentes en cada país. Los mercados fuertemente regulados y las barreras comerciales tienden a limitar la competencia y la innovación, lo cual, al mismo tiempo, limita el papel y los efectos constructivos que las industrias de servicios pueden ejercer sobre el desarrollo económico. Muestra de esta creencia son las *reformas liberalizadoras* llevadas a cabo en muchos de los países de la OCDE, entre ellos España, de las que esperan obtenerse substanciales ganancias. En primer lugar, debemos señalar que la liberalización es esencial para poder fortalecer el potencial que nos ofrece la globalización al promover la difusión de ideas y conceptos innovadores y fomentar la especialización sobre la base de la ventaja comparativa, produciéndose a cambio un enorme impacto sobre el bienestar y el crecimiento.

La necesidad de establecer principios multilaterales en las áreas básicas es compartida por el sector privado. Este hecho fue enfatizado durante el Congreso Mundial sobre Servicios que tuvo lugar en Noviembre de 1999 (World Services Congress 99, 1999).

Otro aspecto esencial lo constituye la *reforma reguladora*. Muchas de las barreras al desarrollo del sector servicios son de ámbito nacional o regional. A menudo las regulaciones originan costes sustanciales e ineficiencias a las empresas, sectores e incluso a la economía en su conjunto:

1. La regulación nacional es a menudo el factor más limitador de la competencia. La falta de competencia puede derivar en excesos de renta para el capital o el trabajo, o incluso ambos, de modo que los beneficios y/o salarios son más altos de lo que deberían ser bajo condiciones competitivas.
2. Pueden crear un ambiente en el que las empresas tengan menos incentivos para economizar recursos, lo que puede derivar en sobreinversión, un empleo excesivo o una gestión ineficiente de las operaciones.
3. Aquellas regulaciones relativas al ámbito operativo o sobre los productos que se oferten pueden im-

pedir que las empresas se aprovechen de economías de escala o de la existencia de sinergias en áreas relacionadas.

4. Las regulaciones inapropiadas hacen a las empresas menos propensas hacia la innovación y adaptación de la calidad de sus bienes y servicios a las necesidades cambiantes de los consumidores.

Los resultados directos de una regulación inapropiada en un determinado sector pueden ser baja productividad, altos costes, precios más elevados, deslocalización de recursos, falta de innovación y mala calidad de servicio.

De modo general, la reducción de barreras administrativas a la entrada de empresas es también una importante área de reformas, ya que puede promover un mayor dinamismo empresarial. Asimismo, una apropiada reforma desreguladora puede coadyuvar a promover el crecimiento de nuevas áreas, como puede observarse en los servicios medioambientales y el mercado de las comunicaciones.

Tomando una dirección distinta, y dentro del ámbito de creciente desarrollo que constituyen las nuevas tecnologías e internet, destaca la aparición y desarrollo del comercio electrónico, que ha emergido como un instrumento básico para la comercialización de servicios. Cuatro aspectos básicos han aparecido como importantes para comprender el impacto del comercio electrónico en la sociedad (OCDE, 1998):

- Se espera que el comercio electrónico transforme el mercado al asumir las funciones tradicionales de intermediación, desarrollando nuevos productos y mercados y creando nuevas y más estrechas relaciones entre empresas y consumidores. Al hacer esto, la organización del trabajo cambiará, se abrirán nuevos canales de difusión del conocimiento y de interacción humana, se necesitará una mayor flexibilidad y adaptabilidad y se redefinirán las funciones de los trabajadores.
- El comercio electrónico actuará como catalizador de aquellos cambios ya subyacentes en la economía, como son el establecimiento de vínculos electrónicos entre empresas, la globalización de la actividad económica y el aumento de la demanda de trabajadores altamente cualificados.
- El comercio electrónico incrementará las interacciones en la economía, ya que la gente podrá comunicarse y realizar transacciones comerciales en cualquier lugar y a cualquier hora, lo que erosionará las fronteras económicas y geográficas.

- Además, el comercio electrónico está alterando la importancia relativa del tiempo, al acelerar los ciclos productivos, permitiendo a las empresas operar en estrecha coordinación unas con otras y a los consumidores realizar transacciones a cualquier hora.

En definitiva, el comercio electrónico tiene la capacidad potencial de incrementar la eficiencia de un modo espectacular, al mismo tiempo que fortalece y expande la competencia global.

## b. Factores relacionados con la demanda.

Dentro de este grupo podemos incluir todos aquellos aspectos relacionados con los cambios en las demandas tanto de productores como de consumidores. En el caso de los primeros, el hecho indiscutiblemente más relevante en el ámbito de los servicios lo constituye la intensa recurrencia por parte de las empresas a la externalización. Ya no se externalizan sólo actividades rutinarias y que requieren de una escasa cualificación, como puede ser la limpieza, sino que cada vez son más importantes los servicios especializados, como pueden ser los de consultoría y los vinculados a las nuevas tecnologías.

Por lo que se refiere a los consumidores, la constante mejora del nivel de vida y la preocupación cada vez mayor por el bienestar, así como la mayor disponibilidad de tiempo libre por parte de las familias ha ocasionado, por un lado, que aumente la demanda de servicios vinculada a los productos manufacturados, de modo que, en muchos casos, los servicios que ofrece una industria es tan o más importante que el producto en sí, al constituir un rasgo de diferenciación esencial en el mercado. Y por otro lado, la aparición de lo que ha dado en denominarse “sociedad del ocio” también incrementa la demanda de servicios relacionados con el entretenimiento.

## 6. El comercio de servicios en el ámbito andaluz

Ante este escenario cambiante de las actividades de servicios, el análisis desde una perspectiva regional pasa ineludiblemente, en una primera fase, por un intento de

cuantificar la importancia del comercio de servicios; para, a continuación, hacer una valoración a escala regional.

Resulta un poco asombroso la escasez de información regional en torno al comercio de servicios, a pesar del papel desarrollado en la economía andaluza. La información disponible es de carácter estructural, y queda limitada a la ofrecida por las Tablas Input-output regionales (TIOAN). De ellas se pueden extraer, de forma directa en unos casos y a través de diversas estimaciones en otros, una aproximación del importe del comercio de servicios en Andalucía.

La extracción de la información tampoco es inmediata, ya que, como se explica en la metodología de las TIO\_AND'95, además de las columnas de exportaciones, ha sido necesario realizar un ajuste. Éste se ha realizado imputando el consumo de no residentes en territorio andaluz como un mayor importe de las exportaciones. De entrada, el consumo de no residentes se integra en la columna del gasto en consumo final de las familias, por ello, si en la TIOAN se observan algunas ramas de actividad, como las actividades turísticas, sus exportaciones toman valor cero. Como es de sobra conocido, el turismo es una actividad típica de exportación de servicios y con un gran valor estratégico para la región, por ello, cualquier aproximación al comercio de servicios hace necesario el ajuste.

**Cuadro 3. Composición del Gasto turístico en Andalucía (porcentajes). Año 1998**

CONCEPTO	Resto españoles	Extranjeros
Alojamiento	26,32	18,07
Transporte	3,54	3,99
Restaurante	47,51	48,31
Compras alimenticias	7,09	10,16
Visitas organizadas	0,99	0,86
Transp público	0,70	0,69
Alquiler de coches	0,18	0,79
Ocio	2,76	3,28
Otros	10,91	13,85
Total	100,00	100,00

Fuente: ECTA, IEA.

El procedimiento seguido ha consistido en la obtención de las estructuras de gasto realizado por los turistas, tan-

to del resto de España como del resto del mundo. La información disponible a este respecto se ha obtenido del informe SAETA (1998) que recoge la estructura del gasto turístico de ambos tipos de turistas. Con este ajuste creemos haber realizado una aproximación bastante realista, en el sentido de que los resultados alcanzados parecen razonables, e igualmente, aunque el consumo de no residentes no es exclusivo del turista, éste sí acapara gran parte del mismo, ya que "Los gastos en consumo de los no residentes se han obtenido a partir de los datos de la encuesta de coyuntura turística de Andalucía"<sup>4</sup>. Lamentamos, no obstante, no poder contrastar nuestra aproximación con la información de base del IEA, pero la negativa institucional, ha sido reiterada. La estructura de gasto utilizada ha sido la correspondiente a 1998 (Cuadro 3), que por otra parte es la primera disponible, ya que la Encuesta de Coyuntura Turística se elabora desde esa fecha y es la utilizada para la elaboración de la TIOAN'95. Por ello, no hemos podido realizar las imputaciones en las tablas anteriores TIOAN'80 y TIOAN'90 al no disponer de esta estructura de gasto turístico.

Las relaciones comerciales de Andalucía (Cuadro 4) las vamos a exponer desde una doble perspectiva, por una parte, las desarrolladas en el ámbito del territorio nacional con el resto de las regiones españolas, y por otra parte, las relaciones exteriores con el resto del mundo. Esta doble perspectiva espacial arroja una distribución similar, tanto para las ramas de servicios como para el conjunto de la economía regional, puesto que, en ambos casos, las relaciones comerciales más intensas tienen lugar con el resto de España ( 52 por 100 y 57 por 100, respectivamente) debido tanto a las relaciones de proximidad y a que, efectivamente, la economía andaluza forma parte del mercado nacional.

Dicha diferencia se debe a la mayor importancia relativa de los servicios en la estructura de exportaciones al resto del mundo (36 por 100), frente a la nacional (29 por 100), lo que se justifica básicamente por los flujos turísticos entre Andalucía y el resto del mundo.

Desde una perspectiva más desagregada, por ramas de actividad, podemos observar cómo en la importancia relativa de las exportaciones, tanto en relación al valor añadido bruto (VAB) como respecto al volumen de recursos (Producción + Importaciones) utilizados por cada una de las ramas de actividad, existe una gran disparidad, destacando claramente, por su orientación

4. Instituto de Estadística de Andalucía (1999) pag 44.

Cuadro 4. EXPORTACIONES DE SERVICIOS DE ANDALUCÍA: 1995.

Ramas de actividad de Servicios		Importancia Relativa		Distribución espacial de las Exportaciones		Estructura de las exportaciones		
		Export./Recursos	Export./VAB	Resto España	Resto Mundo	Resto España	Resto Mundo	Total
Comercio y reparaciones	1	8,2%	12,2%	80%	20%	27,5%	7,4%	17,9%
Hoteles y restaurantes	2	61,8%	129,7%	35%	65%	31,5%	64,3%	47,3%
Transportes y comunicaciones	3	23,8%	49,8%	66%	34%	32,6%	18,4%	25,8%
Instituciones financieras	4	6,5%	9,1%	36%	64%	2,6%	4,8%	3,7%
Actividades inmobiliarias y alquileres	5	0,5%	0,6%	12%	88%	0,1%	0,8%	0,4%
69 Actividades informáticas	6	0,0%	0,1%	100%	0%	0,0%	0,0%	0,0%
70 Investigación y desarrollo	7	15,0%	23,5%	100%	0%	0,2%	0,0%	0,1%
71 Actividades jurídicas, de contabilidad, etc.	8	11,3%	20,6%	87%	13%	2,2%	0,3%	1,3%
72 Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería, ensayos, etc.	9	4,6%	8,9%	96%	4%	0,5%	0,0%	0,3%
73 Publicidad	10	1,6%	2,1%	100%	0%	0,4%	0,0%	0,2%
Otros servicios a las empresas	11	1,8%	2,4%	100%	0%	0,8%	0,0%	0,4%
Servicios públicos y sociales	12	0,0%	0,0%	0%	0%	0,0%	0,0%	0,0%
86 Producciones de cine, vídeo, radio y televisión	13	0,2%	0,0%	100%	0%	0,0%	0,0%	0,0%
87 Otras actividades recreativas, culturales y deportivas	14	21,5%	64,0%	30%	70%	1,6%	4,0%	2,7%
90 <b>Total Ramas de servicios</b>	<b>Total</b>	12,1%	19,5%	52%	48%	100,0%	100,0%	100,0%
91 <b>Total Economía Andaluza</b>	<b>Total</b>	16,8%	40,8%	57%	43%			
<b>APORTACIÓN DE LOS SERVICIOS (Servicios/Economía)</b>		44,2%	55,9%			29,0%	36,0%	32,0%

Fuente: T10 AN'95 Elaboración propia.

exportadora, la rama de Hostelería y restauración en la que las exportaciones captan el 61,8 por 100 de los recursos, seguida muy de lejos por Transportes y comunicaciones (23,8 por 100) y Otras actividades recreativas, culturales y deportivas (21,5 por 100). La vertiente exportadora media de los servicios se sitúa en el 12,1 por 100, mientras que el conjunto de la economía registra una mayor propensión exportadora (16,8 por 100).

Como es lógico, en los servicios públicos, así como en el resto de servicios sociales, la producción está orientada al consumo interior de las familias, y no registran operaciones con el exterior. Existen, por otro lado, otras ramas de actividad terciaria, lo que conocemos como servicios a empresas, en que las relaciones exteriores se circunscriben básicamente al ámbito del resto de España, y cuya importancia cuantitativa es muy reducida, pero que, sin duda alguna, llevan incorporado un valor estratégico, por lo que la existencia de una cierta capacidad exportadora es una muestra claramente positiva para Andalucía.

No obstante, el grueso de la estructura exportadora de servicios en la región (91 por 100) se centra en tres

grandes ramas, Hostelería y restauración, Comercio y reparaciones y Transportes y comunicaciones, con un impacto directo en la especialización productiva regional.

En el caso de Hostelería y restauración, que acapara casi la mitad de las exportaciones de servicios (47,3 por 100), su importancia se incrementa hasta el 64,3 por 100, dentro de las exportaciones al resto del mundo, apuntando claramente la potencialidad de la región en el sector turístico, pero debemos notar que esta excesiva especialización productiva puede, igualmente, convertirse en una debilidad, al tratarse de un sector tan sujeto al ciclo económico internacional, y a los hechos acaecidos en el ámbito exterior, como los que tienen lugar en la actualidad.

La rama de transportes y comunicaciones con un peso del 25,8 por 100 en la estructura exportadora, se erige como el segundo sector en importancia, estando su actividad más orientada al mercado nacional (66 por 100) que al exterior (34 por 100), aunque el desarrollo de los transportes internacionales, sobre todo el de mercancías por carretera ha sido muy relevante desde media-

dos de los años ochenta en la región. Aún así, las relaciones con el resto de España mantienen una clara relevancia, dada su vinculación al desarrollo de la actividad comercial, así como la mayor integración de la economía andaluza en el sistema productivo nacional.

Por último, la rama de comercio y reparaciones, con un 17,9 por 100 de participación es la tercera rama exportadora de servicios en Andalucía, y como era de esperar la orientación de la exportación está muy centrada en el mercado nacional (80 por 100), aunque hemos de apuntar que el redimensionamiento de las redes de distribución a escala del Mercado Único Europeo hace previsible una transformación de estas relaciones en el medio plazo.

## 7. Comentario Final

Con este repaso al proceso de globalización e integración de las actividades terciarias en el comercio internacional, así como con el análisis de las dificultades para su desarrollo, traducidas en barreras y restricciones, hemos visto cómo la aparición de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, y la liberalización de los movimientos de capitales y el comercio en las actividades de servicios es cada vez más relevante.

Ante dicha dinámica internacional, en el ámbito regional, a pesar de la dificultad de información, podemos apuntar algunas cuestiones derivadas de este primer análisis:

- La relevancia del comercio de servicios es básico para la economía andaluza, en la que destacan las actividades de Hostelería y restauración, Transportes y comunicaciones y Comercio y reparaciones.
- La apertura al resto del mundo de los servicios regionales se centra en las actividades vinculadas al turismo: Hostelería y restauración, así como, actividades recreativas, culturales y deportivas.
- Las ramas de Comercio, así como de Transportes y comunicaciones aunque mantienen relaciones con el resto del mundo, poseen un tejido de relaciones exteriores que se concentra en el resto de regiones españolas.
- Por último, aunque con una importancia cuantitativa reducida y una orientación exclusiva hacia el resto de España, hay un conjunto de actividades de servicios a empresas con un contenido elevado de capital humano cualificado que empieza a mostrar una interesante propensión exportadora. Lo que desde una perspectiva estratégica creemos determinante para el crecimiento regional futuro.

En resumen, y aunque se trata de una primera aproximación, creemos que estamos ante un punto de partida, y a ser posible, esperamos haber introducido algún elemento de debate interesante.

## Bibliografía

BLONDAL, S.; PILAT, D. (1997): "The Economic Benefits of Regulatory Reform", OECD Economic Studies, No. 28, 1997/I, pp. 7-48. Paris

CAMACHO, J.A. (1999): *La terciarización y los cambios en las relaciones intersectoriales: especial referencia al caso andaluz*, Ed. Universidad de Granada, Granada.

DEL RIO, C. (1987): "Cambio estructural y evolución de los servicios en el área de la OCDE: una referencia al caso espa-

ñol", en: Velarde, J. et al. (compil.): *El sector terciario de la economía española*, Economistas-Libros, Madrid

DEL RIO, C. (2000): "El sector servicios en la moderna evolución de la economía española". *Información Comercial Española, Revista de Economía*.

GEMMELL, N. (1982): "Economic development and structural change: the role of the service sector", *The Journal of Development Studies*, No.1, October.

GONZALEZ, M. (1997): *Los servicios en la economía española: viejos problemas y nuevos retos* Instituto de Estudios Económicos, Madrid.

HOBBSAWN, E. (1995): *Historia del siglo XX*. Ed. Crítica, Barcelona

IEA, INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (1999): “*Sistema de cuentas económicas de Andalucía. Marco Input-Output 1995*”. IEA, Sevilla.

OCDE (1998): *The Social Impact of Electronic Commerce: Preliminary Findings and Research Agenda*. Paris

SAETA (1998): *Balance del Año Turístico en Andalucía 1998*. Consejería de Turismo y Deportes Junta de Andalucía.

UNCTAD (2000): *Globalization and development strategies*. New York and Geneva, United Nations.

WORLD SERVICES CONGRESS 99 (1999): “Recommendations of the Global Services Network and Business Policy Forums for Services 2000 Trade Negotiations”, November.

WORLD TRADE ORGANISATION (WTO) (1999): *A Summary of the Final Act of the Uruguay Round*. Geneve.